

大学における消費者教育の試み：愛知県消費生活情報 ウェブサイトの改善

神山 久美

A Trial of Consumer Education at the University: Improvement in the Consumer Information Published on the Aichi Prefecture Website

Kumi KAMIYAMA

緒言

「消費者教育の推進に関する法律」が2012年8月に成立した。消費者教育を「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動」と定義し、特に、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」と加え、消費者の「消費者市民社会」¹⁾ 形成の参画を重視していることが特徴である。

小学校・中学校・高等学校では、家庭科を中心として、近年、「消費者市民社会」形成の参画に関わる消費者教育の授業事例が紹介されるようになってきた。例えば、消費行動における経済的投票権の行使に関わる実践²⁾ や、ものづくりの視点からの実践³⁾ などがあり、児童・生徒の発達段階に合わせた授業づくりが行われている。

大学における消費者教育については、2011年に、文部科学省「消費者教育推進委員会」から「大学及び社会教育等における消費者教育の指針」⁴⁾ が出された。これは、消費者被害が多発している若者を対象とした消費者教育を、どのように大学で推進すればよいかという共通認識となるものである。この指針の中で、大学では積極的に消費者教育に取り組む必要性のあることが、繰り返し指摘されている。しかし、現状では、大学における消費者教育の実践例が少なく、内容も限定的であることが、合わせて提示された「大学等における消費者教育の取組事例」⁵⁾ から捉えられる。さらにこの指針では、留意事項として、大学における消費者教育は、消費者被害やトラブルの防止にとどまるものでないことが明示されている。つまり、地方自治体の消費生活センターなどが主として行ってきた、「悪質商法にだまされない」という消費者トラブル未然防止のための注意喚起のみでは、大学における消費者教育は不十分なのである。

消費者教育推進法の消費者教育の定義から考えると、大学における消費者教育は、学生に、消費者の自立に必要な消費生活知識の修得や実践的能力を育成し、消費者市民社会の形成への参画を意識させることが目標となる。このような視点での大学における消費者教育の新たな授業開発が必要であり、特に、大学生に自主的・積極的な消費者市民社会への参画意識を持たせることが重要と考えられる。

以上を留意して、本研究では、地方消費者行政と連携した大学における消費者教育を試み、その実践について、学生への質問紙調査結果や自由記述などから考察することを目的とした。

方法

2012年4月～7月、名古屋女子大学家政学部家政経済学科3年生選択科目の「消費生活論」において、愛知県県民生活部県民生活課と連携した取り組みを実施した。愛知県県民生活部県民生活課が提供している愛知県消費生活情報ウェブページの改訂が2012年8月から行われる機会に合わせて、そのウェブページのよりよい改善につながるように、学生の意見や提案を報告することとした。愛知県消費生活情報ウェブページには、若者向けの消費生活情報も多く掲載されている。そのウェブページの改善に向けた提案をするには、学生が掲載された消費生活情報の内容を十分に読み理解し、得た知識を活用しながら提案を考える必要がある。また、地域の消費者行政のウェブページの改善に、学生が参画することになる。この実践を行うことで、学生が、大学における消費者教育の目標となる、消費生活に関する知識の修得と活用及び消費者市民社会への参画意識を持つことができるのではないかと考えられた。

この科目のシラバスに掲載されている授業目的は、消費生活の現状を理解し、消費者、事業者、行政がよりよい消費生活を実現するために何をすればよいか、考えることであった。授業内容として、消費者問題、消費者政策、消費者の権利・責任、契約、消費者法、消費者トラブル、企業の消費者対応、消費者教育などを扱う予定であった。愛知県と連携した取り組みをするにあたり、15回の授業の中で、消費生活に関わる時事問題を頻繁に扱い、消費者行政のウェブページで提供されている消費生活情報などを積極的に紹介するようにした。また、地域の消費生活相談員を授業に招聘して、若者の消費者トラブルの現状や相談事例からの地域への情報提供の仕組みなどについて、話をしてもらった機会を設けた。このようにして、学生が身近な消費者問題や地域の消費者行政に関して興味・関心を持つように、働きかけをした。

この科目の成績評価は、授業内課題とレポート課題で行った。レポート課題の中に、愛知県消費生活情報ウェブページに関する設問を入れた。その設問を図1に示す。レポートは、15回目の授業時に提出とし、提出時には、あわせて質問紙調査を実施した。

1. 愛知県消費生活情報の web ページを見て考察等を記載する。他の自治体（1つ以上）と比較して考察をする。 <http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohiseikatsu/>

※「愛知県」「消費生活情報」で検索すると、愛知県の消費生活情報のトップページが出ます。

<具体的な進め方>

- (1) 上記 web にある各項目をクリックして閲覧する（全体にわたり、細目まで見て下さい）。

「消費生活論」の授業内容を踏まえて、考察、感想、気づいたこと、提案などを具体的に記述する。

※以下は、特に愛知県の職員さんが、皆さんに尋ねたい質問です。合わせて記述をお願いします。

- ・どんな情報・コンテンツが掲載されているとよいと思うか？
- ・学生に web サイトをみてもらうにはどのようにしたらよいか？
- ・消費生活の情報は、どのような方法で学生に伝えたらよいと思うか？

（特にネット環境の活用・伝達手法で有効と思う方法があれば記述して下さい）

- (2) 他の自治体の消費生活に関する web（1つ以上）と、愛知県消費生活情報の web の内容や構成等を比較して、考察・感想・気づいたこと、提案などを具体的に記述する。

※皆さんから出された提案等は、愛知県に報告します。社会的な貢献ができますので頑張ってください！

図1 愛知県消費生活情報ウェブページに関するレポート課題

結果及び考察

1. 愛知県消費生活情報ウェブページに関する質問紙調査について

授業の最後に実施した愛知県消費生活情報ウェブページに関する質問紙調査について、各設問内容と有効回答者75人の回答結果を、表1～5に示す。学生には、各設問の選択肢を選んだ後に、その設問に対する意見を自由記述させた。対象とした愛知県消費生活情報ウェブのトップページを、図2に掲載する。

表1のトップページのわかりやすさについて、選択肢の「あまりわからない」あるいは「全然わからない」を選んだ学生の割合は合わせて54.6%となり、肯定的な印象より否定的な印象が多くなった。その意見としては、「文字が多すぎる」、「読みにくい」、「見にくい」などの意見が多く出された。表2のイラストや配色については、選択肢の「あまり良くない」あるいは「全然良くない」を選んだ学生の割合は50.6%となり、その意見としては、「もう少しカラフルに」、「かわいいイラストや色がたくさんあったほうがよい」などがあつた。表3のカテゴリー分けについては、選択肢の「あまりわからない」あるいは「全然わからない」を選んだ学生の割合は60.0%となり、その意見としては「情報量が多くて欲しい情報がどれかわからない」、「文字が多くて重要なことがわからない」、「わかりやすく分類してほしい」などがあつた。

一方、表4の役立つ情報が掲載されているかという設問に対しては、選択肢の「とても役立つ」

表1 全体的にみて、わかりやすいトップページでしたか？

とてもわかりやすい	まあまあわかりやすい	あまりわからない	全然わからない
5人 (6.7%)	29人 (38.7%)	33人 (43.9%)	8人 (10.7%)

表2 イラストやカラー（配色）についてどう思いますか？

とても良い	まあまあ良い	あまり良くない	全然良くない
8人 (10.7%)	29人 (38.7%)	32人 (42.6%)	6人 (8.0%)

表3 カテゴリー分けはわかりやすいですか？

とてもわかりやすい	まあまあわかりやすい	あまりわからない	全然わからない
6人 (8.0%)	24人 (32.0%)	35人 (46.7%)	10人 (13.3%)

表4 あなたの生活にとって役立つ情報が掲載されたサイトですか？

とても役立つ	まあまあ役立つ	あまり役に立たない	全然役に立たない
15人 (20.0%)	41人 (54.7%)	18人 (24.0%)	1人 (1.3%)

表5 知りたい内容が掲載されていますか？

とてもある	まあまあある	あまりない	全然ない
10人 (13.3%)	47人 (62.7%)	17人 (22.7%)	1人 (1.3%)

消費生活情報

消費生活相談

- ≫ 一消費者トラブル情報一くあいちクリオ通信
- ≫ 商品テスト結果及び製品安全情報
- ≫ クーリング・オフの方法
- ≫ 消費生活相談事例集
- ≫ トラブル解決のために必要な法律の基礎知識
- ≫ 相談窓口ご案内
- ≫ 消費者ホットラインについて
- ≫ 行政処分

悪質商法をはじめとする消費生活情報、県民生活プラザに寄せられる最新の相談状況や消費生活モニター調査結果などを掲載しています。

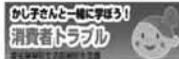
新着情報



- ・「だまされたら あかんよ」「あいち消費者被害防止キャンペーン」PRイベントを実施します！ NEW
- ・一消費者トラブル情報一くあいちクリオ通信 平成24年9月号>インターネット版に関する相談が多数寄せられています！申込前の確認でトラブルを未然に防ぎましょう！ NEW
- ・ぎんさんの娘さん4姉妹「あいち消費者被害防止キャンペーンガール」任命式を行いました！ NEW
- ・「第35回これからの暮らしを考えるみんなの集い」を開催します！ NEW
- ・ぎんさんの娘さん4姉妹への「あいち消費者被害防止キャンペーンガール」の任命について NEW
- ・東海4県広告表示等適正化推進会議を設置しました
- ・あいち暮らしっく96号を発行しました！
- ・教員情報提供紙あいち消費者教育リポート27号を発行します！
- ・若者に多い消費者トラブルの特設サイト「かし子さんと一緒に学ぼう！消費者トラブル」がオープンしました！

情報提供・消費者教育支援

- ≫ あいち暮らしっく 一消費生活情報紙一
- ≫ 消費生活相談サポーター
- ≫ 講師の派遣
- ≫ 学校等における消費者教育の支援



消費生活モニター

- ≫ モニターの仕事
- ≫ モニターアンケート結果
- ≫ モニター募集(平成24年度の募集は終了しました)

条例・審議会・懇談会

- ≫ 県民の消費生活の安定及び向上に関する条例
- ≫ 愛知県消費者行政推進計画
- ≫ 愛知県消費生活審議会
- ≫ 消費者懇談会
- ≫ 愛知県消費者苦情処理委員会

お役立ち集

- ≫ 関係法律
- ≫ 関係機関・団体リンク
- ≫ 愛知県内市町村の消費生活相談窓口
- ≫ 国民生活センター商品テスト結果
- ≫ 消費者庁報道発表資料
- ≫ 子どもを事故から守る！プロジェクト(消費者庁)

緊急情報

- ・国内で取扱いの少ない「外国通貨の両替」の勧誘に関する注意喚起(消費者庁へのリンク 平成24年3月)
- ・無料体験等で誘い、個室で執拗に勧誘し、高額な契約をさせ、書面に虚偽の記載をさせていたエステティックサロン事業者に業務停止命令を行いました(平成24年2月)
- ・「太陽光発電事業」の「合同会社加盟店」の募集に関する注意喚起(消費者庁へのリンク 平成24年2月)
- ・暴力脅迫に係る「土地の権利」を巡る投資勧誘に関する注意喚起(消費者庁へのリンク 平成24年2月)
- ・無料体験等で誘い、高額な瘦身エステを執拗に勧誘して契約させ解約の申出を妨害していたエステティックサロン事業者に業務停止命令を行いました(平成23年10月)
- ・「アンケートに答えてほしい。」と声をかけ、電話やメールで来訪を要請する7ポイントセールスを行っている2事業者に業務停止命令を行いました(平成23年3月)
- ・貴金属等の強引な買い取りにご注意ください！(国民生活センター相談の概要へのリンク 平成23年3月)
- 事例リーフレット1
- 事例リーフレット2
- ・「ストップ！クレジットカード現金化」キャンペーン(消費者庁)へのリンク(平成22年12月)

イベント情報

- ・「だまされたら あかんよ」「あいち消費者被害防止キャンペーン」PRイベントを実施します！ NEW
- ・「第35回これからの暮らしを考えるみんなの集い」を開催します！ NEW

県民生活プラザでは消費者からの依頼もなく相談員が電話をかけたり、ダイレクトメールの送付などは行っていません。
不審な電話や手紙などを受けた場合には、最寄りの県民生活プラザへお問い合わせください。

県民生活課トップページ | 県民生活プラザのご案内 | 愛知県のホームページへ

Copyright(c)Aichi Prefecture. All right reserved
愛知県県民生活部県民生活課
460-8501 名古屋市中区三の丸三丁目1番2号

図2 対象とした愛知県消費生活情報のウェブのトップページ

あるいは「まあまあ役立つ」を選んだ学生の割合は74.7%と、肯定的な意見が多くなった。また、表5の知りたい内容が掲載されているかどうかという設問に対しては、選択肢の「とてもある」あるいは「まあまあある」を選んだ学生の割合は、76.0%となった。内容に対する意見として、「クイズがあって理解が深まりそうでよい」、「情報が豊富である」、「いろいろな情報があって面白い」などがあつた。

以上の質問紙調査結果から、ウェブページの構成については、文字が多くわかりにくいなどの否定的な意見を持った学生が過半数を超えたが、ウェブページに掲載されている内容については、「役立つ」や「知りたい内容が掲載されている」などの肯定的な意見を持った学生が7割を超えた。今回のレポート課題では、学生に地方消費者行政が提供するウェブページを詳細に閲覧させ、さらに、他の自治体のウェブページと比較させた。学生はウェブページの掲載内容をしっかりと読んで考える機会を持ったことになり、そこで自分たち大学生に役立つ情報であると実感できたと考えられる。しかし、表1～3のウェブページの構成については、「見にくい」、「わかりにくい」などの否定的な意見を持つ学生が多かった。

今回の授業で学生に質問したところ、ほとんどの学生が消費者行政のウェブページを初めて見たと答えた。学生は日常生活において、消費生活情報に関するウェブページを閲覧する機会が少なく、閲覧したとしてもトップページの構成がわかりにくく興味を持つことができない場合は、情報の有用性を実感しにくい。学生の興味・関心を惹き、学生が役立つと実感できる消費生活情報を、ウェブページなどを通してどのように提供していくかが課題と考えられる。

今回の質問紙調査では、学生に愛知県消費生活情報ウェブページの改善に向けた提案を、重要と思う順番に3つ記述させた。その記述内容を「文・イラスト・デザイン」、「項目・見出し」、「その他」に分類し、各数を合計したものが図3である。

図3の結果では、「文・イラスト・デザイン」に関する提案を記述した学生が最も多かった。その内容としては、「文字の大きさ・色を変える」、「行間を空けて読みやすくする」、「カラフルにする」、「絵や図を増やす」という提案が多かった。「項目・見出し」については、「項目をわかりやすくする」、「どこに何を書いてあるかわかりやすくする」、「対象別（子ども・若者・高齢者）を意識した分類にする」などの提案があつた。「内容・その他」については、「スマホでも見やすくする」、「イメージキャラクターを作る」、「意見を聞けるアンケートなどを付ける」などの提案があつた。

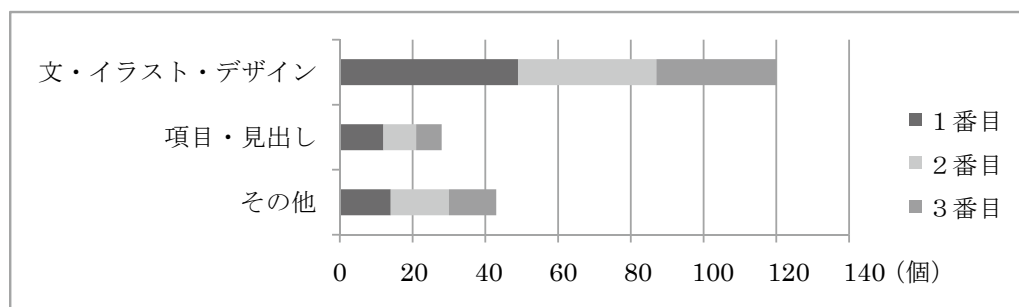


図3 学生の提案

<注>回答者75名が各項目について出した提案個数を合計

学生のレポートや質問紙調査の結果を参考にして、愛知県が新たに作成したウェブのトップページを図4に掲載する。

学んで防ごう！消費者トラブル
愛知県消費生活情報

トピックス

若者に多いトラブル事例

7 マッチセールの入札で高額な商品を落札してしまった！
7 持ち手の指輪から火を噴き、子供が火傷で入院！
7 どうして消費者のコメントがこんなに増えたの？
7 6年連続の中古車を買ったところ、ディーラーが書き換えられてた！
7 保護者の中に泣き虫がいて、こんなとどうしたらいいの？

若者に多いトラブル事例

中高年
に多いトラブル事例

高齢者
に多いトラブル事例

チームで作って楽しく！
消費者トラブル教材
Kid's Page

お知らせ

トラブルに関する最新情報やセンターの活動の姿をお知らせしています。

最新の緊急情報 ビックアップ情報 新着情報 イベント情報

最新情報 2017年10月15日 15時23分 トレーニング中

平成24年2月	国産で販売している「パナソニック」の製品に関する注意喚起 【消費者庁へリンク】
平成24年2月	国産で販売している「パナソニック」の製品に関する注意喚起 【消費者庁へリンク】
平成24年2月	「パナソニック」の製品に関する注意喚起 【消費者庁へリンク】
平成24年2月	国産で販売している「パナソニック」の製品に関する注意喚起 【消費者庁へリンク】
平成24年1月	国産で販売している「パナソニック」の製品に関する注意喚起 【消費者庁へリンク】
平成24年1月	国産で販売している「パナソニック」の製品に関する注意喚起 【消費者庁へリンク】

子供・学生ページ

児童虐待防止、消費者トラブルを未然に防ぐために学校関係者にもご協力をお願いします。

小学生向け
ゲームしながら楽しく学ぶ

中学生向け
学ぼう！消費者トラブル

高校生向け
社会に出る前に知っておく

その他の便利サイト

以下のリンクからそれぞれ関連サイトへリンクします。

消費者庁
経済産業省ホームページへ

国民生活センター
消費者生活センター
消費者生活センターホームページへ

消費者トラブル
トラブルを未然に防ぐために知っておく

その他のコンテンツ

トランプを楽しく遊ぶための
性格診断

モニター募集
モニター募集
モニター募集

twitter
@aichikosei
愛知消費生活センター

愛知県消費生活部 国民生活課
460-0801 愛知県名古屋市中区三丁目2番2号
Copyright©Aichi Prefecture. All right reserved.

図4 新しい愛知県消費生活情報のウェブのトップページ

2. 課題に関する意識調査について

学生には、前項のウェブページ内容に関する調査に加えて、今回の課題に対する意識調査を実施した。各設問について、あてはまる選択肢とそれを選んだ理由を記述してもらった。有効回答者は75人である。

表6は、大学授業と愛知県消費者行政と連携した取り組みについてどう思うかについての結果である。「よいと思う」、「少しよいと思う」という学生の割合は98.7%であった。その理由としては、「消費者情報を知る（関心を持つ）きっかけとなった」、「深く学べた」、「消費者問題が身近なものに思えた」などが多かった。

表7は、消費者行政と連携して学んでいくことに対する意欲について、尋ねた設問である。「意欲がわく」及び「少し意欲がわく」と回答した学生の割合は86.7%であった。その理由として、「自分の意見を反映してくれる」、「行政の役にたてる」、「ただ講義を聞くより深く学べる」、「愛知県のことを知るきっかけとなる」、「新鮮で楽しく学べる」などがあった。「あまり意欲がわかない」及び「意欲がわかない」と回答した学生の割合は13.3%であった。その理由として、「もともと興味がない」、「アイデアが出ない」などがあった。

表8は、大学授業と愛知県消費者行政と連携した取り組みについての自由意見の例である。学生の自由意見としては、社会参画に関する記述と、自分自身の関心・理解等に関する記述が多かった。この社会参画に関わる内容について記述した学生は、20名（26.7%）いた。

今回の試みについて、愛知県消費者行政の目的としては、大学生が愛知県消費生活情報ウェブページをどのように見ているか知り、それをウェブページの改善に活かしたいということ

表6 大学授業と愛知県消費者行政と連携した取り組みについて、あなたはどのように思いますか？

よいと思う	少しよいと思う	あまりよくないと思う	よくないと思う
45人 (60.0%)	29人 (38.7%)	1人 (1.3%)	0人 (0%)

表7 愛知県消費者行政と連携しながら学んでいくことについて、あなたの意欲はどうですか？

意欲がわく	少し意欲がわく	あまり意欲がわかない	意欲がわかない
19人 (25.3%)	46人 (61.4%)	9人 (12.0%)	1人 (1.3%)

表8 大学授業と愛知県消費者行政と連携した取り組みに対する自由意見

<社会参画に関するもの>

- ・自分の意見や考えが愛知県に届くので、社会に貢献していると思った。
- ・大学生は消費者問題を考えるきっかけになるし、愛知県もどのように消費者トラブルを伝えればわかりやすく理解してもらえるか分析でき、役立つと思う。
- ・自分たちが学んだことが役立つのはうれしいし、意欲がわく。
- ・愛知県のwebの今後にも関わるため、責任があると思った。

<自分自身の関心・理解等に関するもの>

- ・愛知県のwebを見て、消費者問題について身近に感じ、関心を持った。
- ・消費者行政が何をしているかよくわからなかったが、webなどを調べることで理解できた。
- ・私たちの意見が反映され、webがよりわかりやすいものになるのなら、これから積極的に利用したい。
- ・普段こういった授業はなく、講義だけでは学べないことを学ぶことができ、深く考えることができた。

あった。学生の質問紙調査結果やレポートでの意見を参考にして、愛知県は新しいウェブページを作成した。特にトップページの構成について、文字、配色、イラストなど全体的な改訂がなされた。

大学の今回の授業目的としては、消費生活情報ウェブページの改善のための提案を考えることを通して、学生に消費生活に関する知識の修得と活用及び消費者市民社会への参画意識を持たせることであった。レポート課題では、学生は、提供されている消費生活情報の内容をどのように改善すればよいか、自分の言葉で具体的に記述しており、各自が知識を活用して課題に取り組んだと考えられた。また、多くの学生がレポートの感想などで、「課題を行うことで、授業で学んだ内容がさらに深く学べた」と記述していた。今回の課題は、消費生活に関する知識の修得と活用について、効果的な課題になったと考えられた。消費者市民社会への参画意識については、大学授業と愛知県消費者行政と連携することに対して、ほとんどの学生が質問紙調査の表6で「よい」と回答した。これは社会参画への第1段階と考えられるであろう。また、連携して学ぶことに対する自分の意欲について、表7で8割以上の学生が、意欲がわくと答えた。連携に対する学生の意欲の高まりは、社会参画意識として重要と考えられた。さらに自由意見として、自分の社会参画意識について明確に記述した学生が、4分の1以上いたのである。大学の講義のみでは学生に自主的・積極的な社会参画意識を持たせることは難しいと考えられるが、今回の消費者行政と連携した取り組みにより、学生の社会参画意識を高めることができたのではないかと考えられた。

大学における消費者教育の試みとして、愛知県県民生活県民生活課と大学授業が連携した取り組みを行ったが、消費者行政と学生の双方において、効果的な取り組みになったと考えられた。今後も、大学における消費者教育の推進に向けて、実践的な研究をしていきたい。

文献

- 1) 消費者教育推進法では、「消費者市民社会」を、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼしうるものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう」と定義している。
- 2) 実践例として、荒井きよみ「消費者教育における社会参加意識の育成」, 日本消費者教育学会『消費者教育』第29冊, pp.27-36, 2009
- 3) 実践例として、西村朱美「中学校家庭科におけるサステナブル社会のための消費者教育」, 日本消費者教育学会中部支部『中部消費者教育論集』第4号, pp.51~65, 2008、神山久美・鳴海多恵子「消費者市民教育をめざした『衣生活』の授業の試み」, 日本消費者教育学会『消費者教育』第30号, pp.87-95, 2010
- 4) 消費者教育推進委員会「大学及び社会教育等における消費者教育の指針」平成23年3月30日
http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afeldfile/2011/10/31/1306400_01.pdf (閲覧: 2012/9/15)
- 5) 文部科学省生涯学習政策局「大学における消費者教育の取組事例」平成23年3月30日
http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afeldfile/2011/10/31/1306400_02.pdf (閲覧: 2012/9/15)

要約

「消費者教育推進法」及び文部科学省「大学及び社会教育等における消費者教育の指針」より、大学における消費者教育の目標を設定し、愛知県県民生活部県民生活課と連携した消費者教育を、名古屋女子大学の授業で試みた。愛知県消費生活情報ウェブページの改善のための提案を行うレポート課題を学生に出し、学生のレポート内容と質問紙調査結果から、授業効果を考察した。学生は、消費者情報ウェブページの改善のための提案を考えることを通して、消費生活情報に関する知識の修得と活用を行い、消費者行政のウェブページの改善に参画するという課題によって、消費者市民社会への参画意識を高めたと考えられた。

謝辞

本研究を進めるにあたり、ご協力下さいました愛知県県民生活部県民生活課啓発・団体育成グループ主任の福永真実氏をはじめとする関係の皆様に感謝致します。

キーワード

消費者教育 大学授業 消費者行政 ウェブページ

